



**colloquium**  
**ISME**  
Empowering Local Mind in Art Design  
& Cultural Heritage  
**2016**

Empowering Local Mind  
In Art Design & Cultural Heritage

# 3rd ISME International Colloquium 2016

**proceeding book**

27 & 28  
December  
2016

Universiti  
Teknologi MARA,  
Melaka, Malaysia.

*In collaboration with:*





Empowering Local Mind  
In Art Design & Cultural Heritage

# 3rd ISME International Colloquium 2016

## **EDITORS AND COMPILERS:**

Dr. Azahar Harun  
Dr. Rosli Zakaria  
Dr. Abd Rasid  
Pn. Haslinda Abd Razak  
Pn. Liza Marziana Mohammad Noh  
En Nadzri Mohd Sharif  
En. Shaleh Mohd Mujir  
Pn Fatrisha Mohamed Yussof  
Pn Anith Liyana Amin Nudin  
Pn Ilinadia Jamil  
Cik Fazlina Mohd Radzi  
Cik Aidah Alias  
Cik Nurkhazilah Idris

## **COVER DESIGN:**

Norsharina Samsuri

## **PUBLISHED BY:**

Faculty of Art & Design,  
UiTM Melaka  
KM26 Jalan Lendu,  
78000 Alor Gajah, Melaka  
Tel : +606 - 5582094/ +6065582190/ +6065582113  
Email : ismefssr@gmail.com  
Web : <http://isme2016.weebly.com>  
ISBN : 978-967-0637-26-6

*All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without permission of the copyright holder.*



Empowering Local Mind  
In Art Design & Cultural Heritage

# 3rd ISME International Colloquium 2016

Copyright © 2016

Faculty of Art & Design,  
UiTM Melaka  
KM26 Jalan Lendu,  
78000 Alor Gajah Melaka  
<http://isme2016.weebly.com>

# Content

1	<b>Personification in Marketing Communication: Case Study of Malaysian Brands</b>	9
	<i>Azahar Harun, Mohamed Razeef Abd Razak, Russlan Abd Rahim, Lili Eliana Mohd Radzuan, Amina Syarfina Abu Bakar</i>	
2	<b>The Image of Man after September 11</b>	21
	<i>Mohd. Shaharudin Sabu, Mohd. Saharuddin Supar, Hisammudin Ahmad, Shaharin Sulaiman, Ahmad Zuraimi Abdul Rahim, Mohd. Ali Azraei Bebit, Shahrul Munir Mohd Kaulan</i>	
3	<b>The Image Construction of Loro Blonyo Craft in Global Market through Packaging Design that Reflect Local Image</b>	27
	<i>Nanang Yulianto, Edy Tri Sulistyoya, Slamet Subiyantoro, and Nadia Sigi Prameswaria</i>	
4	<b>Game-Based Learning using Visual Spatial Approach for Children with Autism to Improve Social Development: A Pilot Study</b>	32
	<i>Ilinadia Jamil, Fatrisha Mohamed Yussof, Nor Yus Shahirah Hassan, Azzureen Nor Ain Azizuddin and Zainal Kadir</i>	
5	<b>Visual Iklan Berunsurkan Seksual Di Media Internet: Persepsi Golongan Bawah Umur</b>	42
	<i>Fatrisha Mohamed Yussof, Ilinadia Jamil, Azahar Harun, Norsharina Samsuri, Nurkhazilah Idris, Nor Sabrena Norizan</i>	
6	<b>An Iconographical Interpretation Of Street Art In Malaysia</b>	51
	<i>Syafril Amir Muhammad, Nurul Huda Mohd Din, Profesor Dr. Muliyadi Mahamood, Dr. Mumtaz Mokhtar</i>	
7	<b>The Relationship between Place and Hallmark Event; Malaysian Cultural Context</b>	64
	<i>Musaddiq Khalil, Amer Shakir Zainol, Shaliza Dasuka, Liza Marziana, Khazilah Idris, and Fazlina Radzi</i>	
8	<b>Aplikasi Teknik Tempa dan Peleburan dalam Seni Arca Besi Raja Shahriman Raja Aziddin</b>	74
	<i>Liza Marziana Mohammad Noh, Shaliza Dasuki, Nurkhazilah Idris, Fazlina Mohd Radzi, Musaddiq Mohd Khalil Imran</i>	
9	<b>Sulaman Keringkam : Motif Kemasan Sisi Beridentiti Melayu Tempatan</b>	85
	<i>Norhasliana Hazlin Zainal Amri, Hamdzun Haron, dan Abdul Latif Samian</i>	
10	<b>Malay Aesthetic Concept through Malay Woodcarving Motifs in Visual Artworks</b>	97
	<i>N. A. Hassan, P. Amin, and S. Tohid</i>	
11	<b>Ilustrasi Poster Kempen Alam Sekitar dalam Simbol Kebudayaan</b>	106
	<i>Muliyati Binti Mat Alim and Profesor Madya Dr. Abdul Halim bin Husain</i>	
12	<b>Penghayatan Nilai- Nilai Patriotisme Dalam Arca Awam Pelajar Uitm Melaka Sempena Pertandingan Hiasan Patriotisme Daerah Alor Gajah</b>	118
	<i>W. M. Z. Wan Yaacob, N.H. Abdulah, A. Osman, M. F. Samsudin, M. A. A. Bebit, S. M. Mohd Kaulan dan M. S. Sabu</i>	

13	<b>Keunikan Ukiran Patung Kayu dalam Kehidupan Kaum Jah Hut dalam Keperluan dan Kepercayaan</b>	124
	<i>Nor Edzrine Binti Abdullah Sani</i>	
14	<b>Properties of Mandi Bunga (flowering bath) as Malaysian tradition Practice</b>	135
	<i>S. Roslan, R. Legino</i>	
15	<b>Malaysian Batik Painting From 1950 to 2010: A Study on Style</b>	145
	<i>A.E. Mohd Fauzi, N. H. Ghazali and N. H. Ahmad</i>	
16	<b>Interpreting Motif and Pattern in Mohd Nor Mahmud Painting Batik: <i>Pakai Semutar Kain Lepas</i>.</b>	151
	<i>H. Abd Razak, R.Legino, B. Samuri</i>	
17	<b>The Aesthetic of Traditional Lurik in Socio-Cultural Context</b>	157
	<i>E. S.Handayani</i>	
18	<b>Brand Identity on Local Malay Herbal Toiletries Packaging Design as a Potential Tourism Product</b>	162
	<i>Siti Sarah Adam Wan, Noraziah Mohd Razali, Wan Nur Khalisah Shamsudin &amp; Ariff Ali</i>	
19	<b>Budaya Melayu Sebagai Simbol dan Makna Dalam Seni Catan Moden Malaysia</b>	172
	<i>Liza Marziana Mohammad Noh, Hamdzun Haron, Abdul Latif Samian &amp; Tengku Intan Suzila Tengku Sharif</i>	
20	<b>Budaya Visual ‘Seni Kolam’ Dalam Sistem Sosial Masyarakat India</b>	180
	<i>Santhi A/P Letchumanan, Lee Hoi Yeh, Prof. Madya Dr. Abdul Halim Hussain</i>	
21	<b>Cetusan Idea Seni Tekat Perak</b>	198
	<i>Azni Hanim Hamzah, Salina Abdul Manan, Noor Hafiza Ismail &amp; Nur Hikma Mat Yusuf</i>	
22	<b>Chlorophyll Print: An Alternative Approach to Describe Photographic Printing Process Using Nature Based For Photography Students</b>	207
	<i>Dona DLowii Madon, Aidah Alias, Raziq Abdul Samat, Farihan Zahari, Shafira Shaari &amp; Shaharin Sulaiman</i>	
23	<b>Designing Jawi Typeface to Enhance The Quality of Modern Design</b>	218
	<i>Mohamed Razeef Abdul Razak, Prof. Dr. D'zul Haimi Md. Zain, Dr. Azahar Harun, Dr. Saiful Akram Che Cob &amp; Lili Eliana Mohd. Radzuan</i>	
24	<b>Diversification of <i>Batik Jarum</i> Handicraft Art Product to Solidify Community Based Creative Economic Development in Klaten Regency</b>	225
	<i>Margana</i>	

25	<b>Empowering “Girli” Batik Craftswomen to Enhance Family Economy and Develop Tourism Village in Sragen District</b>	236
	<i>Dr. Slamet Supriyadi &amp; Prof. Dr. Sariatun</i>	
26	<b>Identiti Visual Seni Catan Moden Malaysia Melalui Media Campuran Dalam Konteks Kebudayaan</b>	244
	<i>Fairus Ahmad Yusof <sup>1</sup> Prof. Madya. Dr. Abdul Halim Husain</i>	
27	<b>Inovasi Media TMK Dalam Pendekatan Pembelajaran dan Pengajaran Pendidikan Seni Visual Berasaskan Gaya Belajar Visual</b>	274
	<i>Siti Hayati binti Haji Mohd Yusoff</i>	
28	<b>Interpretasi Kandungan Imej Fotografi Digital Sosio-Masyarakat Melayu Berdasarkan Konsep Literasi Visual</b>	291
	<i>Nadzri Mohd Sharif, Meor Hasmadi Meor Hamzah &amp; Nor Fariza Baharuddin</i>	
29	<b>Kartun Akhbar Sebagai Wadah Penyampaian Suara Masyarakat: Suatu Kritikan Terhadap Isu-Isu Semasa</b>	304
	<i>Shaliza Dasuki, Liza Marziana Mohammad Noh, Nurkhazilah Idris, Fazlina Mohd Radzi, Musaddiq Mohd Khalil &amp; Nur Hasliza Abdulah</i>	
30	<b>Kartun Bertemakan Keagamaan Atas Talian: Interpretasi Dakwah dan Sindiran</b>	317
	<i>Fazlina Mohd Radzi, Shaliza Dasuki, Nurkhazilah Idris, Liza Marziana Mohammad Noh &amp; Musaddiq Muhammad Khalil</i>	
31	<b>Keindahan Tengkolok Getam Pekasam Warisan Kesultanan Perak Darul Ridzuan</b>	326
	<i>Liza Marziana Mohamad Noh, Salina Abdul Manan, Azni Hanim Hamzah, Noor Hafiza Ismail &amp; Mohd Hafiz Sabran</i>	
32	<b>Menggembur ‘Memori Kolektif’: Potensi ‘Seni Partisipatori’ Sebagai Media Konservasi Budaya</b>	333
	<i>Diana Ibrahim, M. Hendra Himawan dan Mohd Saharuddin Supar</i>	
33	<b>Model Landskap Bandaraya Islam Di Kawasan Tropika Berdasarkan Empat Faktor Nilai Rekabentuk</b>	343
	<i>N. H Ramle &amp; R. Abdullah</i>	
34	<b>Pelaksanaan PBS Guru-Guru PSV Hilir Perak Dalam Pengajaran dan Pembelajaran Berasaskan Estetik</b>	352
	<i>Lee Hoi Yeh, Dr. Mohd Zahuri Khairani</i>	
35	<b>Permata Yang Hilang: Pembelajaran Penulisan Seni Khat Dan Jawi</b>	367
	<i>Ainun Jariah Yaacob, Ahmad Rajaei Awang, Mohd Fadil Sulaiman, Mohd. Yazid Misdri</i>	

36	<b>Persona Komunikasi Tipografi di dalam Artifak Kartografi</b>	380
	<i>Wan Juria Emeih Wahed &amp; Ridzuan Hussin</i>	
37	<b>The 'Me-Too' Phenomenon in Packaging Design: A Case Study of Malaysian Retail Products</b>	392
	<i>Anith Liyana Amin Nudin, Mohd Amin Mohd Noh, Wan Nur Khalisah Shamsudin, Izwan Abdul Ghafar, Norsharina Samsuri, Nik Narimah Nik Abdullah and Fatrisha Mohamed Yussof</i>	
38	<b>Interaction Design in Collaborative Augmented Reality (AR) Story-book for Children</b>	403
	<i>Lili Eliana Mohd Radzuan, Wan Nur Khalisah Shamsudin, Siti Nurlzaura Razis, Azahar Harun and Mohamed Razeef Abd Razak</i>	
39	<b>Analisis Proses Penghasilan Lakaran Awal Dari Segi Penggunaan Material, Idea dan Pengisian (Contents) Mengikut Bidang-Bidang yang Terdapat di Fakulti Seni Lukis &amp; Seni Reka, UiTM Melaka: Kajian Kes Pameran Think Things Pada Tahun 2016</b>	410
	<i>Salmah Ali, Hisammudin Ahmad, Haslinda Razak, Wan Nor Ayuni Wan Mohd Zain, Norsharina Samsuri, Nurkhozilah Idris dan Muhammad Fitri Samsuddin</i>	
40	<b>Corporate Rebranding Design of Oil and Gas Company in Malaysia: Case Study of SMART Petrol</b>	423
	<i>Amina Syarfina Abu Bakar, Azahar Harun, Mohamed Razeef Abd Razak</i>	
41	<b>Apresiasi Karya Seni Catan 'Siri Dungun' Dalam Pendekatan Etnomatematik</b>	434
	<i>Rushana Bte Sulaiman @ Abd Rahim, Rushana Bte Sulaiman @ Abd Rahim</i>	
42	<b>Aturan Pertiga (Rule Of Thirds) Sebagai Elemen Baru Dalam Pembelajaran Komposisi Bagi Menghasilkan Karya Seni Catan</b>	449
	<i>Shahariah Mohamed Roshdi, Hisammudin Ahmad, Mohd Haniff b. Mohd Khalid, Dr. Abd. Rasid Ismail, Fazlina Mohd Radzi, Nur Hasliza Abdulah, Nurul Izza Ab. Aziz</i>	
43	<b>Kempen Budi Bahasa Melalui Senireka Bentuk Pembungkusan Produk SME</b>	461
	<i>Farhanah Abu Sujak, Siti Raba'ah Abdul Razak, Nurul Akma Abdul Wahab, Nurin Elani Makrai</i>	
44	<b>Participatory Art Project To Develop The Creative Potential Of Students Of Senior High School In Surakarta</b>	470
	<i>Adam Wahida</i>	
45	<b>Pemikiran Visual Terhadap Permainan Ceper Berasaskan Sistem Sosial Budaya</b>	479
	<i>Zulpaimin bin Hamid, Prof. Madya Dr. Abdul Halim bin Hussain</i>	

46	<b>Pengaruh Elemen Vegetal Dalam Seni Mushaf Nusantara</b>	493
	<i>Nurul Huda Mohd Din, Syafril Amir Muhammad, Prof. Dr. D'zul Haimi Md Zain, Dr. Mumtaz Mokhtar</i>	
47	<b>Puppet Staging through Media Creation Workshop as the Development of Character Building Model for the Marginal in Bengawan Solo Riverbanks</b>	509
	<i>Endang Widiyastuti</i>	
48	<b>Rattan Furniture Design: A Comparison Study between Malaysia and Indonesia Design Trend</b>	520
	<i>Muhammad Muizzuddin Bin Darus, Dr. Ruwaidy Bin Mat Rasul, Abu Bakar Bin Abdul Aziz, Nurhikma Binti Mat Yusof, Dr Deny Willy Junaidi</i>	
49	<b>Seni sebagai Praktis Sosial: Garis Teori dan Amalan Dalam Seni Rupa Kontemporari Malaysia</b>	529
	<i>Diana Ibrahim, Mohd Yuszaidy Mohd Yusoff, and Yusmilayati Yunus</i>	
50	<b>Struktur Reka Bentuk Mimbar Masjid Baru Terengganu</b>	541
	<i>Noor Hafiza Ismail, Hamdzun Haron, Zuliskandar Ramli, Salina Abdul Manan &amp; Azni Hanim Hamzah</i>	
51	<b>Tapak Warisan Arkeologi Lembah Bujang: Keunikan Arkeopelancongan Di Negeri Kedah</b>	549
	<i>Farhana Abdullah, Adnan Jusoh, Nasir Nayan &amp; Zuliskandar Ramli</i>	
52	<b>Study On Symbolism Of Malay Islamic Cultural Heritage In Malaysian Visual Arts : Found In Syed Ahmad Jamal Artworks</b>	558
	<i>Nurkhazilah Idris, Liza Marziana Mohammad Noh, Shaliza Dasuki, Fatrisha Mohd Yussof, Fazlina Mohd Radzi, Musaddiq Muhamad Khalil</i>	
53	<b>Temporary Evacuation and Relief Centre Design Management in Malaysia: an Overview</b>	569
	<i>Dr Ruwaidy Bin Mat Rasul, Muhammad Muizzuddin Bin Darus, Abu Bakar Bin Abdul Aziz</i>	
54	<b>The Cotton Cloth Qur'an binding of the East Coast of the Malay Peninsula</b>	577
	<i>Ros Mahwati Ahmad Zakaria</i>	
55	<b>The Roles of Interactive Multimedia Learning Android-based Application for Primary Schools Teachers</b>	585
	<i>Tjahjo Prabowo, Mohamad Suhartob, Mulyanto, Nadia Sigi Prameswari</i>	
56	<b>The Status Quo of Malaysian Printmaking</b>	592
	<i>Siti Safura Zahari, Nur Fatiyah Roslan, Nurin Elani Makrai, Nor Arseha Karimon, Mohd Fawazie Arshad and Romli Mahmud</i>	



## Kempen Budi Bahasa Melalui Senireka Bentuk Pembungkusan Produk SME

Farhanah Abu Sujak <sup>1,\*</sup>, Siti Raba'ah Abdul Razak <sup>2</sup>, Nurul Akma Abdul Wahab <sup>3</sup>,  
Nurin Elani Makrai <sup>4</sup>,

<sup>1-4</sup>, Faculty of Art & Design, Universiti Teknologi MARA Shah Alam, Selangor

\*pengarang: farha717@salam.uitm.edu.my

**Abstract**—Malaysia sememangnya terkenal dengan adat budaya, pelbagai tradisi dan cara hidup yang terdiri daripada masyarakatnya yang majmuk. Kehalusan budi bahasa dan adat kesopanan timur yang diwarisi daripada ajaran dan asuhan nenek moyang merupakan kebanggaan rakyat Malaysia suatu ketika dahulu. Budi dan bahasa adalah dua elemen yang berkait rapat dalam pembentukan jati diri sesebuah masyarakat. Budi merujuk kepada kelakuan dan tingkah laku yang baik, manakala bahasa merupakan percakapan dan tutur kata yang sopan. Malangnya, adat sopan santun yang dibanggakan ini semakin lenyap dikalangan generasi kini, malah kelakuan negatif semakin menular di dalam masyarakat; tidak mengira umur dan pangkat. Masyarakat kini semakin hilang nilai kehidupan yang menitikberatkan keharmonian bagi mengeratkan hubungan sesama masyarakat. Jiwa masyarakat kini dipenuhi sifat sombong, mementingkan diri sendiri, meninggikan diri dan tiada lagi semangat kekitaan diamalkan dalam kehidupan seharian. Tingkah laku negatif jelas dapat dilihat didalam situasi memandu di jalan raya, tidak beratur di kaunter-kaunter servis, tidak memberi ucapan terima kasih, keengganan untuk memberikan tempat duduk kepada pihak yang memerlukan dan sebagainya. Media massa dan pengiklanan khususnya, memainkan peranan yang penting dalam mempengaruhi dan memupuk semula sikap masyarakat Malaysia yang semakin tidak peduli dengan amalan berbudi bahasa dan adab bersopan santun. Pesanan khidmat masyarakat dijalankan dengan pelbagai tujuan dan idea bagi mendidik dan mewujudkan kesedaran orang awam. Kajian ini dijalankan bertujuan untuk mencari pendekatan baru iaitu aplikasi senireka bentuk pembungkusan, dimana penyelidik ingin mengukur keberkesanan platform ini didalam kempen Budi Bahasa. Dengan kaedah dan media yang sesuai, objektif utama kertas kerja ini adalah untuk membentuk kembali generasi yang berbudi bahasa seterusnya melahirkan masyarakat yang berhemah tinggi dan penyayang.

**Author Keywords:** *Budi Bahasa, Pesanan Khidmat Masyarakat, senireka bentuk pembungkusan, produk SME.*

## 1. PENGENALAN

Budi Bahasa merujuk kepada tingkah laku dan tutur kata yang sopan, merupakan nilai positif yang perlu dipraktikkan dalam memupuk suasana harmoni di dalam sesuatu masyarakat. Nilai murni ini sudahpun dipupuk di dalam jati diri rakyat Malaysia sejak zaman berzaman bagi memastikan cara hidup yang aman damai di dalam komuniti yang terdiri daripada pelbagai bangsa, agama, kepercayaan dan budaya. Seperti peribahasa mengatakan, melentur buluh biarlah dari rebungannya, nilai dan sikap ini haruslah dididik sejak kecil lagi bagi menanam sikap berbudi bahasa dan tidak mementingkan diri sendiri. Kajian awal menunjukkan orang awam setuju bahawa dalam usaha memupuk budi bahasa pekerti, adalah penting untuk disematkan daripada umur yang muda, kanak-kanak khususnya kerana di peringkat ini, tingkah laku mereka lebih mudah untuk dibentuk. [1]

Apa yang dapat dilihat sejak kebelakangan ini, rakyat Malaysia semakin hilang identiti kebanggaan negara “1 Malaysia” yang kaya dengan adat budaya timur yang sinonim dengan kehalusan tutur kata dan kelembutan tingkahlaku. Perkara ini amatlah membimbangkan dan perubahan gaya hidup yang bersifat negatif ini merupakan satu cabaran yang utama dalam sesebuah negara membangun. Nilai-nilai moral dan etika merupakan intipati didalam masyarakat bertamadun [2]

### 1.1 *Kempen Budi Bahasa*

Pelbagai kempen telah dijalankan oleh kerajaan dan juga syarikat swasta bagi menangani isu Budi Bahasa dikalangan rakyat Malaysia. Objektif utama yang ingin dicapai adalah melahirkan generasi rakyat Malaysia yang mementingkan adab apabila berkomunikasi. Kempen dalam bentuk Pesanan Khidmat Masyarakat dibuat di saluran-saluran media massa seperti iklan televisyen, iklan radio, dan pelbagai media cetak. Malangnya, kempen-kempen ini masih lagi tidak dapat mengubah sikap orang ramai yang kini terlalu mementingkan diri sendiri.

Lee Lam Thye (2016) menyatakan bahawa Matlamat Wawasan 2020 bukan sahaja untuk menjadikan Malaysia sebuah negara maju sepenuhnya dari segi ekonomi tetapi juga untuk memastikan ia dibangunkan sepenuhnya dari semua dimensi, terutamanya dari aspek moral, etika dan penyayang.[2]



Rajah 01: Kempen BUDI BAHASA BUDAYA KITAZ  
(Sumber : Kementerian Penerangan Komunikasi & Kebudayaan, 2011)

Bagi memastikan keberkesanan sesuatu kempen periklanan, perancangan kreatif atau lebih dikenali dengan *Creative Platform* adalah amat penting untuk dibuat terlebih dahulu untuk mengkaji latarbelakang produk secara keseluruhan, analisa SWOT, pengguna sasaran seterusnya menentukan konsep dan strategi yang akan dilaksanakan dalam mencapai objektif yang disasarkan. [3]

Berikut adalah contoh di mana iklan khidmat masyarakat budi bahasa yang disampaikan dalam bentuk komik, disasarkan kepada golongan masyarakat dengan pendekatan yang lebih santai dan bersahaja. Mesej yang cuba disampaikan menyentuh situasi yang kebiasaannya berlaku dikalangan masyarakat di Malaysia, iaitu sering mementingkan diri dan tidak bertolak ansur dalam pelbagai situasi, sebagaimana contoh apabila menaiki kenderaan awam.



Rajah 02 : Kempen budi Bahasa dalam bentuk komik  
 Sumber : [Keluargakusayang.blogspot.com](http://Keluargakusayang.blogspot.com)

## 1.2 Pembungkusan Sebagai Platform Periklanan

Pembungkusan merupakan suatu faktor penting dalam komunikasi dan penjenamaan, yang bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan. Antara fungsi utama pembungkusan adalah memberi perlindungan serta jaminan kualiti produk, memudahkan proses penghantaran, penyimpanan dan pameran barangan; dan menyampaikan maklumat produk kepada pengguna

Peranan senireka pembungkusan sebagai daya penarik untuk mempengaruhi keputusan para pembeli merupakan salah satu usaha akhir periklanan, dimana ianya berlaku di tempat pembelian.[4] Dalam dunia kini, pengguna dibentangkan dengan pelbagai pilihan produk dalam bermacam bentuk pembungkusan yang menarik, dengan elemen bentuk, warna dan fungsi yang berdaya saing. Dianggarkan bahawa 60-70% daripada keputusan membeli dibuat di kedai. [5] Pengguna kebiasaannya meninggalkan rumah untuk mendapatkan sesuatu produk dengan suatu tujuan, tetapi masih belum mempunyai keputusan yang konkrit atas jenama yang bakal dibeli. Pilihan terakhir pengguna boleh dipengaruhi oleh pelbagai faktor, dan senireka bentuk pembungkusan merupakan salah satu daripadanya.

## 1.3 Senireka Bentuk Pembungkusan Produk Sme

Pembungkusan makanan adalah media yang paling berkesan dan sesuai bagi menyampaikan dan mengiklankan maklumat selain pengiklanan TV dan media yang lain. [6] Kajian ini mengambil kira pembungkusan yang paling dekat dengan pengguna iaitu pembungkusan produk SME dimana ianya mudah didapati dimana-mana dan pembelinya adalah terdiri daripada golongan pelbagai umur dan latarbelakang.

Produk SME khususnya makanan dilihat sebagai media yang paling mudah untuk sampai kepada umum kerana produk makanan merupakan produk yang menjadi keperluan harian kepada pengguna (Mohd Taufik, 2015) [7]. Melihat kepada kepentingan pembungkusan produk SME, SME Corporation Malaysia menganjurkan bengkel bagi memberi kesedaran mengenai kepentingan pembungkusan dan penjenamaan inovatif bagi memenuhi pasaran global (Utusan Malaysia, 2015) [8].

Selain melihat dari sudut kepentingan pembungkusan pada produk SME, satu kajian juga dilakukan bagi mengenalpasti kombinasi elemen-elemen yang perlu pada setiap pembungkusan (Ariaran Gopalan, 2015) [9]. Kajian ini melihat kepada betapa pentingnya mesej dan informasi yang ingin disampaikan melalui pembungkusan makanan selain kekemasan dan persembahan. Selain daripada bahan yang digunakan bagi membuat pembungkusan sesuatu produk, reka bentuk pembungkusan perlu diubah mengikut satu kadar waktu tertentu agar ianya bersesuaian dengan kehendak dan trend semasa.

Rekabentuk pembungkusan yang menarik sememangnya dapat menarik perhatian pengguna dan seterusnya membeli produk tersebut. Maklumat yang tepat dan sahih juga perlu dipaparkan agar tidak mengelirukan pembeli. Pembungkusan makanan SME dilihat sebagai satu platform dimana penyelidik ingin meletakkan pengiklanan budi bahasa di atas cetakan pembungkusan sebagai salah satu media untuk menyampaikan mesej dan maklumat berkaitan dengan Kempen Budi Bahasa di kalangan rakyat Malaysia umumnya.



Rajah 03 : Pelbagai produk makanan SME yang mempunyai potensi sebagai platform kempen Budi Bahasa

## 2. TINJAUAN LITERATUR

Terdapat begitu banyak kajian dan penulisan berkenaan Budi Bahasa rakyat Malaysia kini, dan salah satu yang boleh dirujuk adalah kajian yang dibuat oleh Readers Digest (2006) dimana keputusan kajiselidik menunjukkan Kuala Lumpur tersenarai sebagai antara bandar yang paling tidak mengamalkan adab sopan santun, berada di kedudukan 34, daripada 36 bandar di 35 negara. [10] Objektif utama kajian ini dijalankan adalah untuk mengukur tahap kesopanan masyarakat mengikut tingkah laku hormat mereka. Penilaian yang dibuat adalah melalui beberapa aktiviti yang dijalankan, dan diukur melalui pemerhatian.

The Borneo Post (2013) melaporkan, Pemegang Amanah Yayasan 1Malaysia, Tan Sri Lee Lam Thye telah mempertengahan isu mengenai adab kesopanan yang semakin hilang dikalangan rakyat Malaysia.[11] Beliau menegaskan keperluan kempen secara berkala sebagai promosi budaya rakyat Malaysia, bagi memastikan nilai murni sentiasa dipraktikkan dalam kehidupan masyarakat yang berbilang kaum dan agama. Tan Sri Lee Lam Thye menyuarakan rasa kebimbangan yang mendalam mengenai perkara ini dan merasakan bahawa masih banyak yang perlu dilakukan untuk memupuk sifat positif ini di kalangan rakyat Malaysia, terutama golongan muda yang mudah terpengaruh dengan tradisi luar.

The Star Online (2013) kemudiannya telah mengambil inisiatif dengan menyusun aduan daripada orang ramai mengenai sikap kurang sopan rakyat Malaysia yang disiarkan melalui rangkaian media sosial. Senarai ini termasuk tingkah laku negatif seperti etika memandu yang kurang ajar dan tidak bertimbang rasa, tidak mengucapkan terima kasih, tidak menghormati waktu dan keengganan untuk memberikan tempat duduk untuk wanita hamil dan warga tua. [12]

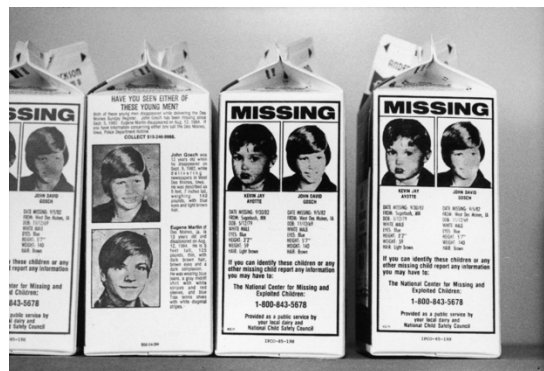
BBC melaporkan berita mengenai Jabatan Pendidikan di Amerika bekerjasama dengan syarikat tenusu pada tahun 2014, bagi kempen khidmat masyarakat dengan mesej *"Whatever you want to be in the future, be in school today"* bertujuan untuk mengurangkan kes ponteng sekolah yang berleluasa di negara itu. Kempen ini mendapat perhatian orang ramai dengan pelbagai cadangan penyelesaian bagi masalah tersebut. [13]

## 3. PERBINCANGAN

Kempen Budi Bahasa bukan sahaja memaparkan nilai-nilai murni malah ianya boleh juga diterapkan dalam situasi dan kehidupan seharian masyarakat di Malaysia. Kempen secara berkala perlu dilaksanakan sebagai peringatan berterusan kepada masyarakat agar ianya tersemat didalam jiwa dan menjadi norma dan cara hidup. Tingkah laku positif dapat diamalkan secara semulajadi sekiranya ianya dipupuk dan disemai daripada peringkat awal.

Melihat kepada fungsi pembungkusan yang terus sampai ke pengguna sasaran, kajian ini dijalankan untuk melihat sejauh mana senireka pembungkusan dapat membantu dalam menangani masalah sikap negatif masyarakat Malaysia dalam kempen Budi Bahasa. Strategi yang dikaji ini adalah seperti yang sering dilihat dijalankan di negara-negara barat dalam usaha mencari individu yang hilang diletakkan pada pembungkusan kotak susu pada suatu ketika dahulu. Kajian ini cuba membawa suatu pembaharuan kepada pengguna Malaysia dimana kempen yang dijalankan akan terus sampai ke pengguna pada pembungkusan produk makanan yang mereka dapati di pasaran. Bagi tujuan ini, penyelidik perlu memahami kehendak pengguna dan pemilihan produk yang bersesuaian adalah amat penting dalam menyampaikan idea keseluruhan kempen yang dibuat.

Tujuan utama kajian dibuat keatas produk SME adalah kerana produk SME dilihat mempunyai potensi yang tinggi, tetapi masih banyak penambahbaikan yang dapat dibuat keatas senireka bentuk pembungkusan produk-produk ini, produk makanan khususnya. Dengan reka bentuk kempen yang menarik diatas pembungkusan, ia juga mampu untuk mempengaruhi para pengguna untuk membeli dan seterusnya meningkatkan jualan produk SME.



Rajah 04: Kempen mencari individu yang hilang pada kotak susu digunakan di negara Amerika pada 1980an

Sumber : [https://www.thestar.com/life/2014/03/20/milk\\_carton\\_20\\_taps\\_social\\_media\\_to\\_find\\_missing\\_children.html](https://www.thestar.com/life/2014/03/20/milk_carton_20_taps_social_media_to_find_missing_children.html)

#### **4. KESIMPULAN**

Pelbagai inisiatif boleh dijalankan dalam menangani masalah yang dikaji ini. Dilihat dari sudut periklanan, kempen budi bahasa perlu diperbanyakkan lagi agar masyarakat khususnya di Malaysia dapat didedahkan kepada nilai-nilai murni sejak kecil lagi. Platform yang dikaji iaitu pembungkusan SME dapat dilihat sebagai suatu potensi yang tinggi kerana produk seperti ini mempunyai golongan sasaran yang amat besar serta berpotensi ke pasaran global khasnya negara-negara ASEAN dimana negara-negara ini juga mempunyai nilai dan adat resam yang hampir sama dengan Malaysia. (Mohd Ali, 2014) [14]

Kajian yang lebih mendalam beserta prototaip kempen Budi Bahasa di atas reka bentuk pembungkusan produk SME perlu dijalankan bagi mendapatkan maklum balas orang awam, dan juga untuk mengukur keberkesanan platform ini dalam kempen pesanan khidmat masyarakat.



## RUJUKAN

- [1] Farhanah Abu Sujak, Ngo Kea Leng, Chiam Kee Swan, **Back to Basics: Revisiting Courtesy among Malaysians**, Proceedings of the International Social Sciences Conference (ISSC), 2014, Langkawi, Malaysia
- [2] Lee Lam Thye, **Kita Sudah Kurang Budi Bahasa**, 2016, Utusan Online Diambil daripada <https://www.utusan.com.my/rencana/kita-sudah-kurang-budi-bahasa-1.204016>
- [3] Ken Burtenshaw, Nik Mahon, Caroline Barfoot, **The Fundamentals of Creative Advertising**, 2011, USA : Ava Publishing
- [4] Marianne Rosner Klimchuk, Sandra A. Krasovec, **Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf**, 2006, Canada, John Wiley & Sons Inc.
- [5] John Mc Cabe, **How Does Product Packaging Influence Consumer Behavior?**, 2014, Diambil daripada <https://startupnation.com/start-your-business/product-packaging-influence-consumer-behavior/>
- [6] Blog Pendidikan Seni Visual, **Pendidikan Seni Visual**, 2009, Diambil daripada <http://senivisual1.blogspot.my/2009/10/pembungkusan.html>
- [7] Mohd Taufik bin Abd Rashid, **Pembungkusan Dari Sudut Pemasaran Produk**, 2015, Diambil daripada from <https://www.scribd.com/doc/70328100/Pembungkusan>
- [8] Utusan Malaysia, **150 Usahawan PKS Sertai Bengkel Pembungkusan Anjuran SME Corp**, 2015, Diambil daripada <http://www.utusan.com.my/bisnes/usahawan/150-usahawan-pks-sertai-bengkel-pembungkusan-anjuran-sme-corp-1.64407>
- [9] Ariaran Gopalan, **Apakah Pembungkusan**, 2015, Diambil daripada <https://www.scribd.com/doc/53421071/Apakah-Pembungkusan>
- [10] Reader's Digest, **How Polite Are We**, 2006, Diambil daripada <http://www.readersdigest.ca/health/relationships/how-polite-are-we>
- [11] New Straits Times Archive, **Make Courtesy Our Way of Life**, 2012, Diambil daripada <http://www.nst.com.my/>
- [12] Yvonne Lim, Qishin Tariq & Christina Chin, The Star Online Archive, 2012, **Kuala Lumpur Ranked Way Down in Reader's Digest Latest Appraisal**, Diambil daripada <http://www.thestar.com.my>
- [13] **Guernsey Truants Targeted in Milk Campaign**, 2014, Diambil daripada <http://www.bbc.com/news/world-europe-guernsey-25650842>
- [14] Mohd Ali Mohd Noor, **Kecekapan Relatif dan Potensi Berdayasaing IKS Makanan Halal Malaysia**, 2014, Diambil daripada [www.ukm.my/hairun/kertaskerja ICEPs/Seminar PD- Mohd Ali.doc](http://www.ukm.my/hairun/kertaskerja ICEPs/Seminar PD- Mohd Ali.doc)